

OSSERVATORIO
GIOVANI
DELL'ISTITUTO TONIOLO

PRESENTAZIONE REPORT SOFIDEL

SVILUPPO SOSTENIBILE: GIOVANI, VITA E LAVORO

30 giugno 2021

Intervento di

Alessandro Rosina - Osservatorio Giovani Istituto G. Toniolo

Realizzato per

SOFIDEL
ENDLESS CARE, INNOVATIVE LIFE

Regina

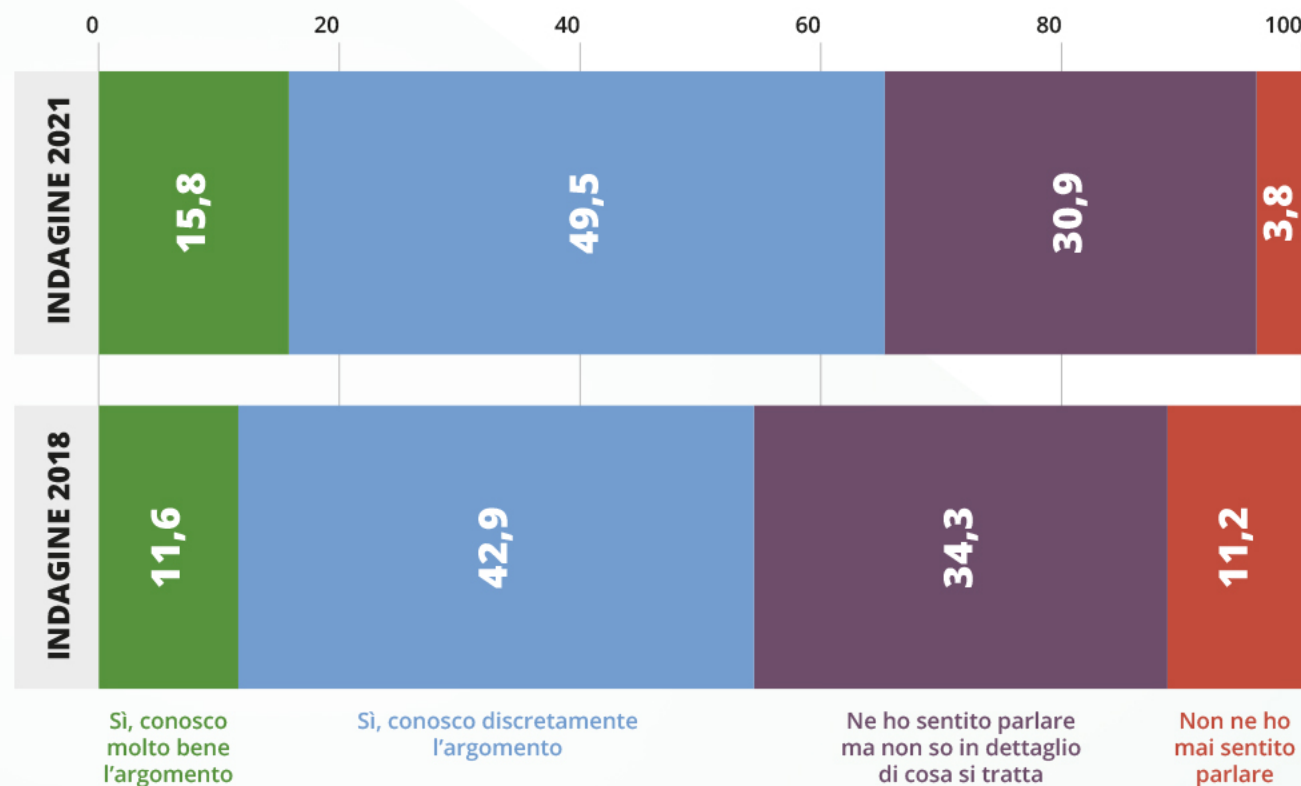
2 GIOVANI
SU **3**



**SONO INFORMATI SUI TEMI LEGATI
ALL' AMBIENTE E ALLO SVILUPPO SOSTENIBILE**

Hai mai sentito parlare di "sviluppo sostenibile"? (confronto con indagine 2018)

Fonte: Indagine Osservatorio Giovani per Sofidel 2021



Hai mai sentito parlare di “sviluppo sostenibile”?

Fonte: Indagine Osservatorio Giovani per Sofidel 2021

	Totale (18-34 anni)	18-22 anni	Laureati
Sì, conosco molto bene l'argomento	15,8%	21,4%	24,1%
Sì, conosco discretamente l'argomento	49,5%	49,1%	53,7%
Ne ho sentito parlare ma non so in dettaglio di cosa si tratta	30,9%	25,1%	20,6%
Non ne ho mai sentito parlare	3,8%	4,4%	1,6%

L'80% ASCOLTA SCIENZIATI ED ESPERTI



I COETANEI IMPEGNATI RISULTANO **PIÙ CREDIBILI** DEGLI INFLUENCER
E **SI RITIENE NECESSARIO VERIFICARE I DATI** TRAMITE GLI **ESPERTI**

**La tua consapevolezza
e la tua sensibilità
verso i temi ambientali
in che misura
sono influenzate da...**
(MOLTO+ABBASTANZA)

Fonte: Indagine Osservatorio Giovani per Sofidel 2021

	TOTALE	Uomo	Donna
I social network in generale	60%	54%	66%
Alcuni influencer in particolare	41%	37%	44%
Scienziati ed esperti	82%	82%	81%
La stampa	51%	51%	51%
La TV	56%	56%	56%
I tuoi coetanei impegnati	52%	49%	56%
I tuoi genitori	51%	51%	52%
I tuoi insegnanti/professori	51%	52%	50%

Atteggiamento rispetto alla natura

(MOLTO+ABBASTANZA)

Fonte: Indagine Osservatorio Giovani per Sofidel 2021

	TOTALE	Uomo	Donna
Mi considero un "amante della natura"	80%	79%	81%
Mi sento più a mio agio nell'ambiente urbano che in quello naturale	45%	45%	44%
In futuro, vorrei vivere vicino alla natura	79%	78%	81%
Ogni occasione che ho di stare nella natura la colgo	77%	75%	80%
L'attenzione all'ambiente è solo una moda	26%	28%	23%

**Vuole vivere
vicino alla natura il**

79%

A small, stylized illustration of a house with an orange roof and a red door, with two green trees to its right, positioned in the center of the large percentage.

degli intervistati

Nel fare un acquisto sei disposto a tener conto dei criteri di equità e sostenibilità ambientale adottati nel realizzare il prodotto da parte dell'azienda?

Fonte: Indagine Osservatorio Giovani per Sofidel 2021

	TOTALE	Uomo	Donna
No, non mi interessa tenerne conto	6,3%	7,6%	5,0%
Sì, tali criteri sono per me più importanti del prezzo del prodotto	17,8%	17,9%	17,8%
Sì, ma solo se il prezzo non è troppo più alto rispetto a prodotti analoghi	56,1%	54,5%	57,6%
Sì, ma solo a parità di prezzo con prodotti analoghi	19,8%	20,0%	19,6%

**Pensando alla tua generazione,
quanto sei d'accordo con
le seguenti affermazioni?
Rispetto alle generazioni
passate, la mia generazione...
(MOLTO+ABBASTANZA)**

Fonte: Indagine Osservatorio Giovani per Sofidel 2021

	TOTALE	Uomo	Donna	18-22 anni
È più in grado di collaborare, condividere e fare squadra	63%	60%	65%	65%
È più sensibile ai problemi sociali	74%	70%	77%	80%
Ha meno certezze rispetto al futuro	84%	80%	88%	86%
È meno incentrata sul possesso e più sulla condivisione	48%	46%	51%	51%
È più aperta alla diversità tra le persone	82%	78%	85%	85%
È più aperta al cambiamento e all'innovazione	84%	82%	87%	87%
È più curiosa verso l'ignoto	69%	64%	75%	73%



**Una generazione aperta al
cambiamento e predisposta
ad essere soggetto attivo,
generatore di nuove soluzioni.**

Il **60%** vorrebbe un lavoro che dia l'occasione di dare un **contributo nel mondo**, e in un'azienda di cui si **condividano i valori**



Pensando al tuo futuro, quanto è importante per te che il tuo lavoro sia...

(rispondi in termini generali,
non in funzione dell'eventuale
lavoro che stai svolgendo).
(VOTI 8-10 su scala da 1 a 10)

Fonte: Indagine Osservatorio Giovani per Sofidel 2021

	TOTALE	Uomo	Donna	18-22 anni
Orientato al bene della collettività	48%	43%	54%	55%
Una buona fonte di reddito	64%	63%	66%	68%
Un'occasione per dare il tuo contributo nel mondo	49%	46%	53%	60%
All'interno di un'azienda/organizzazione di cui condividi i valori	52%	46%	58%	60%
All'interno di un'azienda/organizzazione che si impegna per la sostenibilità	44%	40%	48%	52%
Un'attività da svolgere in completa autonomia	40%	38%	43%	39%
Un'attività che si basi sulla collaborazione tra persone	43%	41%	45%	45%
Un'occasione di contatto con persone diverse da te	44%	37%	50%	53%
Un'occasione per viaggiare in giro per il mondo	41%	38%	43%	51%
Un modo per stare a contatto con la natura	33%	32%	34%	33%
Un modo per accrescere il tuo prestigio sociale	39%	38%	40%	47%

ECONOMIA DELLE IMPRESE:

67% ECONOMIA E INCLUSIVITÀ

63% SOSTENIBILITÀ SOCIALE E AMBIENTALE

63% PARITÀ DI GENERE

60% PROMOZIONE DELLA DIVERSITÀ

Secondo te, quanto è importante oggi per l'economia che le imprese

(VOTI 8-10 su scala da 1 a 10)

Fonte: Indagine Osservatorio Giovani per Sofidel 2021

	TOTALE	Uomo	Donna	18-22 anni
Siano impegnate nella sostenibilità sociale e ambientale	57%	52%	61%	63%
Promuovano la diversità sul luogo di lavoro	51%	43%	60%	60%
Si impegnino a promuovere valori di inclusività e giustizia	60%	52%	68%	67%
Si battano per promuovere l'occupazione femminile e lo sviluppo della carriera femminile	55%	44%	68%	63%
Permettano orari di lavoro flessibili	58%	53%	64%	57%
Permettano di lavorare in smart working	48%	42%	54%	45%
Promuovano leadership orizzontali (non verticistiche)	47%	43%	50%	52%
Promuovano la competizione più che la collaborazione	24%	25%	23%	27%
Mirino prima di tutto al profitto	26%	27%	25%	31%

Secondo te, quali sono i tre principali concetti che dovrebbero muovere le imprese per il futuro?

(VOTI 8-10 su scala da 1 a 10)

Fonte: Indagine Osservatorio Giovani per Sofidel 2021

	TOTALE	Uomo	Donna	18-22 anni
Benessere dei lavoratori	52,4%	48,1%	56,8%	49,8%
Onestà	42,5%	40,8%	44,2%	38,4%
Sostenibilità ambientale	39,2%	37,3%	41,3%	44,6%
Merito	36,6%	36,7%	36,5%	30,2%
Innovazione digitale	27,6%	30,0%	25,0%	29,7%
Ricambio generazionale	24,2%	22,7%	25,8%	24,6%
Voglia di fare	20,7%	21,4%	20,0%	24,3%
Profitto	15,4%	17,0%	13,7%	15,9%
Condivisione della conoscenza	14,8%	14,0%	15,6%	16,4%